PENGARUH FAKTOR ATRIBUT PRODUK, PERSEPSI NILAI DAN PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN

(Pada Pengguna Apple iPhone di Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

ALIEN DAYINTA MAHENDRA
NIM. 12010113120063

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017